AUTORIDADES DEL MINISTERIO DE TURISMO Y DEPORTE

Versión taquigráfica de la reunión realizada el día 11 de julio de 2012

(Sin corregir)

PRESIDEN: Señores Representantes Horacio Yanes, Presidente y Mario García, Vicepresidente.

MIEMBROS: Señores Representantes Graciela Cáceres, Ricardo Planchon Geymonat, Nelson Rodríguez Servetto, Juan C. Souza y Juan Ángel Vázquez.

INVITADOS: Señora Ministra de Turismo y Deporte, Liliam Kechichián; señor Subsecretario, doctor Antonio Carámbula; señora Directora General de Secretaría, escribana Hyara Rodríguez; señor Director Nacional de Turismo, Benjamín Liberoff y Coordinador del Programa MINTUR-BID, profesor Álvaro López.

SEÑOR PRESIDENTE (Yanes).- Habiendo número, está abierta la reunión.

La Comisión de Turismo da la bienvenida a la señora Kechichián quien participa por primera vez como Ministra más allá de que lo ha hecho en su carácter de ex Presidenta de esta Comisión, como ex legisladora y ex Subsecretaria durante mucho tiempo; al doctor Antonio Carámbula, quien viene por primera vez a esta Comisión en carácter de Subsecretario; a la escribana Hyara Rodríguez, Directora General de Secretaría, quien también asiste por primera vez en este rol; al señor Benjamín Liberoff, Director de Turismo, y al profesor Álvaro López, coordinador del programa del Ministerio de Turismo y Deporte- BID.

Ni bien se instaló la Comisión, se hizo la convocatoria al Ministerio de Turismo y Deporte a fin de conocer la evaluación de la temporada y lo proyectado para este año para que pudiéramos estar en sintonía de los tiempos y objetivos de esta Cartera. Si bien estamos a mitad de año, los miembros de la Comisión saben bien por qué no pudimos hacerlo antes. De todas maneras, estamos a tiempo de la próxima temporada y, además, hoy por hoy las temporadas dejaron de ser en verano únicamente y queda el resto del año para hacer alguna cosa más.

Además, a la luz de los acontecimientos de PLUNA, el señor Diputado Mario García se comunicó conmigo y me dijo que el Partido Nacional tenía interés en abordar el tema de PLUNA con la señora Ministra de Turismo y Deporte, pero no hacerlo como un hecho político. Además, me dijo que si no era el momento, estaban dispuestos a que se postergara la visita de la señora Ministra para dar tiempo a recabar esa información.

Consultamos al respecto a la señora Ministra quien nos contestó que obviamente le parecía que no podía asistir a la Comisión sin abordar el tema, pero dentro de sus competencias.

En mi rol de Presidente, quiero agradecer al Partido Nacional la oportunidad de organizarnos para asumir esta situación.

SEÑOR GARCÍA (don Mario).- Simplemente quiero dar la bienvenida a las autoridades del Ministerio de Turismo y Deporte; algunas son nuevas y otras no, pero están en otra función.

Me gustaría aclarar que es nuestra responsabilidad como legisladores considerar este tema teniendo presente a las autoridades de esta Cartera pues, de lo contrario, estaríamos en falta. El señor Presidente así lo entendió, y nos resta agradecer a las autoridades del Ministerio por la disposición que tuvo de forma inmediata para entender cuál es nuestro planteamiento y aceptarlo.

SEÑORA MINISTRA DE TURISMO Y DEPORTE.- Es un gusto estar aquí. Creemos que este es el ámbito natural para poder conversar las cuestiones que la Comisión detalló en la convocatoria. Una de ellas, a partir de la conformación del nuevo equipo, consiste en reafirmar cuáles son las grandes líneas de trabajo del Ministerio. Obviamente, en la coyuntura en la que estamos, comprendimos que naturalmente debíamos conversar con los legisladores de esta Comisión, lo que consideramos importante.

Comenzaré reafirmando algunas de las líneas estratégicas que tiene el Ministerio y qué es lo que estamos pensando hacia adelante. Si todos están de acuerdo, después podemos hacer una pequeña síntesis de la temporada y el Director Nacional de Turismo referirá algunas cifras.

Finalmente, si así lo desean, nos zambulliríamos en la coyuntura y ahí tanto el señor Subsecretario como nosotros podemos responder cuál ha sido en esta contingencia el accionar del Ministerio, más allá del proyecto de ley que todo el mundo conoce que ingresó al Parlamento y que es parte de las herramientas que hemos considerado para salir de esta situación.

En primer lugar, queremos señalar -tal cual dijimos al momento de la asunción- que este Ministerio cuenta con un equipo que venía trabajando sobre cinco grandes líneas estratégicas y ninguna va a ser modificada a partir de la conformación del nuevo equipo. Es decir, hoy aquí, en esta Comisión, queremos confirmar la continuidad de las grandes líneas que, como todo el mundo sabrá -y la vida nos está demostrando-, deberán tener adaptaciones de acuerdo con la coyuntura y las improntas personales que cada uno de nosotros podamos incluir, no tanto en el área del turismo pero efectivamente en el deporte. Los señores Diputados saben de mi insistencia en cuanto al deporte femenino que, seguramente, será una línea que tendrá otro reforzamiento en la otra Unidad Ejecutora.

Hoy queremos reafirmar las grandes líneas estratégicas, tal como el modelo turístico sostenible desde el punto de vista económico, ambiental y social culturalmente. Asimismo, todo el impulso a la competitividad que tiene que ver con la innovación y la calidad es otra gran línea estratégica. También debemos resaltar la calidad del empleo y el compromiso de los actores del sistema turístico como una gran línea de trabajo.

Nos habrán oído decir muchas veces que nosotros tenemos en nuestras manos una actividad -esta es nuestra opinión- que, desde nuestro punto de vista, durante mucho tiempo tuvo recursos humanos muy mal remunerados, con salarios muy bajos y horarios complejos. De todas formas, al igual que el resto de los trabajadores del país, ello ha ido mejorando con la negociación colectiva y nosotros también podemos ayudar en ese sentido desde el punto de vista de la capacitación y tratando de obtener más compromiso de parte de los actores del sistema turístico con la profesionalización, con la responsabilidad de los empresarios, etcétera. En definitiva, con el fomento del desarrollo profesional y humano.

En cuanto a una cuarta gran línea estratégica, cabe señalar todo lo que tiene que ver con la promoción para ampliar la demanda, fidelizar los clientes que tenemos mediante un trabajo en la mejora de la oferta turística y en la inserción y nuestro posicionamiento a nivel internacional, que más adelante podrá profundizar el Director General de Turismo. Todo ello estará vinculado al marketing y a las nuevas tecnologías.

Como quinto gran lineamiento estratégico, cabe señalar el turismo como herramienta para la integración social. Este aspecto fue parte del compromiso programático. Creemos profundamente que esta es una herramienta para la integración tanto territorial como social.

Por último, los aspectos de la descentralización de la gestión para nosotros son importantes; hemos ido dando pasos. También más adelante cuando nos sea posible, el profesor Álvaro López podrá extenderse un poco más sobre el BID II, como le llamamos, que tiene una pata en la descentralización que empieza a concretarse en los territorios. Este tema es bueno que lo compartamos con los señores Diputados. Me refiero a todo lo que tiene que ver con la integración en el territorio del espacio turístico y, fundamentalmente, con la comprensión y satisfacción del derecho humano al turismo que tienen todos los sectores de la sociedad. En este sentido, hemos dado grandes pasos. En estos días volvimos a reeditar una experiencia piloto que ahora ya no lo es porque es un programa absolutamente consolidado. Me refiero al turismo de las quinceañeras. Durante este año viajarán más de quinientas chiquilinas. La primera experiencia que hicimos al respecto al inicio de las vacaciones de julio fue fantástica al igual que el turismo para los trabajadores y los de la tercera edad.

Quiero ser bien clara en reafirmar esas cinco grandes líneas estratégicas que supongo que todos los señores Diputados manejan y que figuran en la presentación de nuestro plan, pensando en el 2020. Es decir, seguir avanzando pensando en el plan 2020, que es una de nuestras líneas centrales. Junto con este plan estamos trabajando en la presentación de la ley de turismo, que está abierta a recibir aportes. Inclusive, ya tenemos un correo electrónico a través del cual recibimos aportes de diversas organizaciones sociales y gremiales; además estamos trabajando con la Cámara Uruguaya de Turismo. El Ministerio tiene intención de presentar esta iniciativa en lo posible a fines de agosto o principios de setiembre. Se trata de una ley de turismo que, como todos sabrán, es necesario "aggiornar".

Como es de público conocimiento, el ex Ministro Lescano había trabajado mucho con respecto a la iniciativa presentada por la CIU en la Legislatura pasada. Después de haber trabajado mucho tiempo con todos los involucrados, logramos remitir esta iniciativa al Parlamento como Poder Ejecutivo. Pero hubo algunas desinteligencias entre las gremiales, ya que no representaban a todos los que decían representar y el proyecto de ley terminó abortándose. Desde nuestro punto de vista, fue una gran oportunidad perdida, pero reafirmamos la necesidad de contar con herramientas a fin de dar garantías a la formalización del trabajo inmobiliario, que es muy importante desde el punto de vista del turismo.

Ya tuvimos dos reuniones con la Cámara Inmobiliaria y sobre esta nueva iniciativa el Ministerio tiene algunas observaciones que hacer. A tales efectos, quedó conformada una comisión integrada por el doctor Beltrán, abogado contratado por la Cámara Inmobiliaria, y los doctores Melo y Magdalena Montero por el Ministerio de Turismo, quienes en unos veinte días expedirán un informe después de analizar los puntos de contacto que podamos tener para respaldar con todas nuestras fuerzas ese proyecto de ley que consideramos importante.

Reitero que el que ya ha sido presentado, contiene algunos artículos que para nosotros son muy restrictivos y en algunos casos un poco corporativos. Si bien esto nos preocupa, estamos seguros de que en un buen clima de trabajo podremos hacer una síntesis.

Por otra parte, daremos información acerca de las nuevas tecnologías que estamos utilizando; esto lo reafirmamos como una de las grandes líneas del Ministerio. En "Facebook" contamos con alrededor de setenta y dos mil seguidores y en la cuenta de "Twitter" tenemos una comunicación muy importante con la sociedad. Además, contamos con el canal de televisión que realmente ha sido una herramienta absolutamente fantástica. Me refiero a "uruguaynatural.tv" que permite que Uruguay esté presente en los Consulados de nuestro país en el mundo. Asimismo, contamos con el ingreso de personas de más de ochenta países que están navegando por la página unos dos minutos, como promedio. En cuanto a la promoción, estas han sido herramientas muy importantes. No vamos a dejar de lado la promoción tradicional, es decir, estar presentes en las ferias y todo lo relativo a la folletería.

Ayer estuvimos en el departamento de Treinta y Tres con el señor Intendente Dardo Sánchez; ahí estamos trabajando en la Quebrada de los Cuervos en un proyecto de la Corporación Nacional para el Desarrollo conjuntamente con la DINAMA que refiere al mejoramiento de la quebrada, de senderismo. El Ministerio ya ha hecho un traspaso de US$ 200.000 para acompañar ese proyecto que nosotros consideramos muy importante ya que la idea es que exista turismo no solamente en la costa sino también en los departamentos que tienen atractivos. Una cosa es tener atractivo y otra es tener el producto turístico, que hay que armarlo.

En cuanto a todo el seguimiento del centro de convenciones en Punta del Este debemos destacar la labor del Director General de Turismo. En este sentido, está a punto de hacerse el llamado a licitación internacional

para la gestión y la construcción, con un aporte del Estado nacional y de la Intendencia de Maldonado muy importante. Como todos sabrán, esto va a ser un antes y un después en el mercado de ferias y reuniones donde Uruguay ha ido creciendo muchísimo.

Por otra parte, cabe destacar que tuvimos la oportunidad de desafiarnos con la Asamblea General del BID donde hubo un esfuerzo logístico de Montevideo muy importante que fue resuelto con total éxito. Esto no quiere decir que Uruguay no necesite un centro de convenciones, un lugar y un predio ferial que nos permita crecer en un mercado donde tanto Montevideo como Punta del Este vienen creciendo y Uruguay está en el lugar cuarenta y nueve en el mundo.

Asimismo, estamos trabajando con el conglomerado de turismo en nuestra capital, apoyando la licitación para un bus turístico para Montevideo. Desde el punto de vista personal, este es un desvelo desde que fui Directora de Turismo de Montevideo. Estoy convencida de que un país turístico no puede tener una capital sin un bus turístico que brinde servicios para circuitos establecidos, como sucede en cualquier parte del mundo. Al respecto se ha ido avanzando y en pocos días se haría el llamado a licitación para ese bus turístico para la ciudad de Montevideo.

En la Comisión de Presupuestos vamos a decir que mantendremos los montos de inversiones en promociones y en marketing. En la Rendición de Cuentas solo tenemos seis artículos. Si bien en los últimos años hemos crecido sustancialmente, vamos a mantener lo que ya teníamos como, por ejemplo, la continuación del turismo social y algunas otras políticas que refieren a ampliar el recambio de pasajeros de los cruceros. Efectivamente, tenía en PLUNA una pata importante y fue un trabajo de largo aliento que hizo el Ministerio. Uruguay era un país de desembarque de cruceristas y desde el año pasado logramos que se vendieran cabinas, que la gente subiera al crucero en Montevideo, lo que nos permitió la preventa y la posventa. Es decir, la gente llega en el avión, está un día antes y se queda el día después, lo que nos permitía ampliar el mercado fuertemente.

Tenemos esperanzas de poder llegar a esa subasta y recomponer la conectividad del Uruguay. Aquí también hay una posibilidad importante y es un gran avance de nuestro país poder ser punto de recambio de pasajeros de los cruceros.

En otras presencias en Comisión, los señores Diputados habrán oído de nuestra parte la necesidad de buscar una mayor territorialización de la gestión y la revolución de la oferta, así como buscar nuevos actores en el ámbito turístico. Hoy le llamamos turismo en espacios rurales; así nos han aconsejado: no hablar de turismo rural sino de turismo en espacios rurales. Así lo estamos incorporando en el discurso aunque a veces nos equivocamos; hay que hacer un esfuerzo ya que es correcta la denominación: turismo en espacios rurales y de naturaleza. En tal sentido, estamos trabajando en el "bread and breakfast". Hay lugares en el país en donde algunas casas habitación pueden empezar a cumplir esas tareas que se hacen en muchas partes del mundo, en pueblos y en villas. Precisamente, en el día de ayer, en la Quebrada de los Cuervos, nos planteaban este aspecto. También nos plantearon para Quebracho que en lugares donde hay ochocientas o mil personas, podríamos recomponer la estética de algunas casas que a fin de que puedan brindar dormitorios y desayuno; es un mecanismo que en el mundo está creciendo y el Uruguay no lo aplica. A este respecto, también estamos haciendo un trabajo interesante para incorporar esa metodología. Asimismo, seguimos trabajando fuertemente en el fortalecimiento de la cuenta satélite de turismo. En este aspecto, quizás, la Comisión de Turismo pueda ayudarnos con el sector privado en donde inevitablemente necesitamos la información de la parte privada.

Por otra parte, cabe señalar que hemos puesto al día las cuentas nacionales; en el Banco Central hemos tenido un aliado extraordinario. Había cuentas que tenían cierto atraso y para la cuenta satélite de turismo necesitábamos ponernos al día. Además, desde las Intendencias, y sus observatorios en algunos casos, debo reivindicar sus trabajos porque todas están haciendo un esfuerzo muy grande mirando con lupa qué es lo que pasa en su territorio con el turismo, pero seguimos teniendo un cuello de botella grande en cuanto a la información que requerimos a los privados tanto en lo que respecta a la ocupación hotelera, cubiertos y de transporte.

Como todos sabrán, en el Uruguay esto es histórico: siempre ha habido como una cierta desconfianza para qué se van a utilizar las cifras, si tendrán que ver con la DGI, etcétera. Ya no sabemos cómo comunicar que son cifras absolutamente con valor estadístico e imprescindibles para diseñar políticas públicas en este país.

De pronto en este sentido recurramos a esta Comisión a fin de poder fortalecer ese trabajo con los privados que, como se sabe, por parte del Ministerio es bueno y existe un diálogo permanente.

Por último, queremos señalar que estamos empezando el curso de nivelación de las guías de turismo. La Comisión sabe que se hizo un trabajo bien interesante por parte del Ministerio junto con las asociaciones de guías para registrarlas. Hoy nuestro país cuenta con este dato y se sabe cuántas guías existen. En este registro también pudimos ver qué nivel de capacitación, de idiomas y de formación han tenido. Entonces, empezamos a trabajar con el INEFOP que acaba de otorgar la licitación a dos empresas: London Institute y ORT. Allí se van a hacer los cursos de nivelación. Es decir, las guías, que para nosotros no tenían una formación mínima, van a partir de la misma base. Creo que es un gran avance.

También cabe destacar que estamos trabajando en cuanto a la calidad y las buenas prácticas con INACAL. Asimismo, le damos mucha importancia a seguir coordinando la cooperación público- privada a través de "clusters" o conglomerados.

Los señores Diputados saben que las asociaciones como las de Colonia, Piriápolis y Rocha han sido muy exitosas. Siempre decimos que esta es una actividad muy atomizada por lo que necesitamos el conglomerado, el "cluster" alrededor de una mesa de trabajo en conjunto. En verdad, tanto las experiencias de Colonia, Piriápolis, Rocha y la de Montevideo, que empezó después, con unos sesenta o setenta integrantes y hoy tiene setecientas personas del sector privado y público trabajando alrededor de una mesa, han sido muy buenas.

Otros temas más permanentes, pero que son menos visibles, son los vinculados al cambio climático y todo lo que tiene que ver con la cuestión ambiental que hoy cruzan los aspectos vinculados al turismo.

Para ser sintéticos, quiero decir que, en grandes líneas, Piriápolis, Colonia, Rocha y la mesa del producto termal han venido trabajando muy bien. Hace siete años que por suerte tanto Salto como Paysandú comprendieron que había que trabajar como región. Hubo una larga historia de competencia que no beneficiaba. Creo que antes y ahora se comprende que se requiere trabajar como región, competir y cooperar y salir a mostrar la región en forma conjunta. Ahí hay un trabajo realmente muy interesante que se está haciendo con la mesa de termas.

Si todos están de acuerdo, el señor Liberoff puede hacer una breve síntesis de la temporada de sol y playa. Queremos dejar de hablar de temporada y decir turismo de todo el año. De todas formas, es indudable que en la temporada estival todavía se concentra la mayor cantidad de visitantes al Uruguay.

Si se prefiere, también podemos hablar sobre el tema planteado por el señor Diputado del Partido Nacional y luego contar lo que estuvimos haciendo esta última semana.

SEÑOR SOUZA.- Quiero formalizar la bienvenida al nuevo equipo ministerial, más allá de que somos viejos conocidos, así como también dar la bienvenida a la escribana Hyara Rodríguez. Agradezco a la señora Ministra la información que nos ha aportado.

Nosotros coincidimos con la visión de la importancia que tienen los "clusters" para que la gente pueda organizarse y trabajar en torno a un proyecto común.

Hace aproximadamente un mes estuvimos visitando los departamentos de Artigas y de Rivera, y en Artigas tuvimos oportunidad de reunirnos con un conglomerado de personas que tenía motivación para comenzar a reunirse en torno al turismo desde la realidad de su departamento. Allí, precisamente, nos preguntaron la forma de implementar el turismo, que no sabían cómo hacer siquiera a nivel del Gobierno departamental. Hicimos referencia a lo que mencionó recién la señora Ministra en el sentido de que hay rica experiencia acumulada y exitosa en distintos lugares del país, como en Colonia, Maldonado y Montevideo. Los alentamos para que se apoyaran en ese tipo de experiencia y nos ofrecimos a establecer los vínculos. Supongo que esta situación es de conocimiento del Ministerio.

Nos parece buena cosa que la gente comience a comprender que es sumando y no compitiendo entre sí como se fortalecen las opciones del turismo.

SEÑORA MINISTRA DE TURISMO Y DEPORTE.- Ese es un síntoma de lo que veníamos hablando antes. Hoy hay interés y conciencia turística en lugares donde antes era impensable; por ejemplo, en Artigas. ¿Qué pasaba en Artigas? Faltaba parte de la cadena de turismo: no había dónde hospedarse. Era muy difícil que alguien hiciera 500 kilómetros para ir y volver en el día. Hoy, Artigas tiene hoteles cuatro estrellas, se han ido instalando "free shop", tiendas y servicios; además, está pegado a Brasil, con el que -a pesar de la devaluación- seguimos teniendo una competitividad interesante. Hay un gran trabajo para hacer allí.

Cuando el profesor López pueda extenderse sobre lo que estamos pensando con relación al BID II, se advertirá que uno de los territorios a atender es el de Artigas y el de Rivera, sin duda. Allí, hay desde circuitos de piedras hasta otros atractivos, porque en todas partes del país hay cosas para mostrar y en las que trabajar desde el punto de vista turístico.

SEÑOR VÁZQUEZ.- Quiero dar la bienvenida al elenco del Ministerio de Turismo y Deporte, que reconozco que ha tenido una brillante gestión; a mi juicio, es de las pocas áreas en las que el Gobierno tiene buena gestión. Reitero que -así lo siento- a pesar de que el titular renunció o lo que fuera, ha quedado en buenas manos la titularidad. Espero que el equipo siga trabajando como lo ha hecho hasta ahora. Veo que los planes que tienen son excelentes y, por lo tanto, creo que tendrán éxito; contarán con nuestro apoyo.

No sabía que existía una mesa termal, como se ha mencionado. Precisamente, quiero que se me explique en qué consiste esa mesa a efectos de saber si los emprendimientos de Artigas -departamento en el que aparentemente habría posibilidades de explotar unas termas- y de Rivera -donde ya se hicieron estudios para la realización de termas- se pueden concretar, porque les falta la autorización para su explotación. Me gustaría tener información para poder informar sobre todo en Rivera, que tiene una Intendencia colorada; el señor Diputado Souza seguramente hablará con la señora Intendenta de Artigas.

SEÑOR LIBEROFF.- Como es de conocimiento, desde el año 2005 o 2006 -aproximadamente-, a través de un apoyo del BID, funcionó a partir del centro comercial de Salto un emprendimiento que denominamos "cluster" o conglomerado -de una u otra forma-, pero internamente, lo llamamos "Mesa de trabajo termal". En determinado momento, ese trabajo tuvo un "impasse" y se ha retomado, por lo menos, desde hace tres años. Efectivamente, tanto Paysandú como Salto participan, en distintas instancias, de las actividades que se están promoviendo. De allí que en las ferias internacionales se presente la zona como una región termal.

Por otro lado, cuando se definió el BID II -en ese sentido, el profesor López lo podrá desarrollar más-, se entendió para el desarrollo no solo de las termas, sino también de lo náutico, para el desarrollo del Río Uruguay, con las actividades comprendidas, se necesitaban de articulaciones y reuniones que facilitaran el trabajo y la incorporación de todos. Desde ese punto de vista, se ha venido avanzando en ese trabajo. La semana pasada, tuvimos una reunión con la Cámara Uruguaya de Turismo, en Salto, de la que participaron, precisamente, actores de Paysandú y de Salto, a los efectos de llevar adelante el trabajo de la región. Por lo tanto, estamos en contacto con ellos.

Cualquier otro tipo de información que se requiera, estamos a las órdenes.

SEÑOR VÁZQUEZ.- Se trata de potenciales explotaciones termales.

SEÑOR LIBEROFF.- Yo estaba hablando de la región termal.

SEÑOR VÁZQUEZ.- Quiero saber si los departamentos que tienen potenciales explotaciones termales podrán incorporarse a esa mesa de trabajo.

SEÑOR LIBEROFF.- No hay ningún tipo de inconveniente. Cada uno, tendrá sus tiempos, que deberemos acompasar. Pero desde el punto de vista de aprovechar la imagen de Uruguay en el trabajo con aguas termales, sin duda, tendrán cabida.

SEÑOR VÁZQUEZ.- ¿Existe algún préstamo internacional o de alguna institución para esa área?

SEÑOR LIBEROFF.- El trabajo del BID comprende la zona de Rivera y de Artigas, en particular también referido al desarrollo náutico, y hay dinero destinado a esos proyectos.

SEÑOR SUBSECRETARIO DE TURISMO Y DEPORTE.- La lógica de la Mesa termal tiene que ver con el producto termas, pero también con una cuestión geográfica. Nosotros valoramos altamente el trabajo que han hecho en el período anterior los ex Intendentes Fonticiella y Pintos, que han continuado y profundizado en algunos aspectos los Intendentes Bentos y Coutinho, en el sentido de presentar el destino como uno solo, haciendo que quedara de lado la vieja rivalidad entre Paysandú-Salto, Salto- Paysandú. Hoy, la presentación del destino termal se hace en conjunto, dentro y fuera del país. Valoramos eso ampliamente.

Con relación al departamento de Rivera, el señor Diputado Vázquez se debe estar refiriendo específicamente al proyecto para la estancia "La Aurora".

(Diálogos)

—— Al respecto, hemos mantenido reuniones con el Intendente Marne Osorio. Junto con él, fuimos a hablar con el Director de URAGUA y con la gente de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto para ver cuál era la viabilidad y llegar, efectivamente, a concretar el pozo.

Los datos primarios que tenemos son contradictorios respecto a la certeza de que exista agua termal allí. Una perforación que permita, efectivamente, la extracción de agua termal implica una inversión importante, seguramente superior a US$ 1:000.000. Para que tengan una idea, esto se acaba de realizar en las Termas del Arapey; el Intendente Coutinho inaugurará en estos días un nuevo pozo, que permitirá mejorar la cantidad y la calidad del agua en las Termas del Arapey.

En el caso de la estancia "La Aurora", de Rivera, teníamos esa situación. Un cateo nos permitiría saber la calidad y cantidad del agua, su temperatura y presión. Si hay que calentarla, tendrá un costo adicional; si hay que bombearla, tendrá otro costo adicional. Todos esos elementos se pueden saber por medio de un cateo, que implica una inversión de US$ 100.000.

El jueves pasado, asistimos a Rivera con el equipo del BID a presentar el Programa BID II y lo que implicará para el departamento, y la oportunidad fue buena para conversar con el Intendente Osorio y su equipo sobre este tema. Me comprometí a continuar las tratativas para ver si era posible obtener financiamiento externo a través de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto para hacer el cateo, porque no deja de ser una cifra importante US$ 100.000. En eso estamos, con el compromiso de ver si se puede concretar.

SEÑOR PLANCHON.- También doy la bienvenida al equipo del Ministerio de Turismo y Deporte. Creo que es justo reconocer la gestión que tuvo, durante siete años, el ex Ministro Lescano; muchas veces, el reconocimiento se hace por parte del Gobierno, pero creo que vale doble cuando se hace desde la oposición. En definitiva, ya que ha asumido el equipo de trabajo que estaba con él, tenemos confianza de que haya continuidad en las políticas de turismo; precisamente, desde la oposición, queremos que esta sea una política de Estado. Deseamos la mayor de las suertes a la señora Ministra, al señor Subsecretario y a los integrantes del nuevo equipo.

Quiero hacer algunas reflexiones y formular varias consultas, luego de los primeros contactos que he tenido con el "cluster" de turismo de mi departamento, Colonia, pero además, con operadores de Maldonado.

Tenemos entendido que en el fin de semana largo de Argentina del 9 de julio llegaron menos turistas argentinos. Eso se plantea en el contacto de la gente, por encima de los números que se puedan plantear. Asimismo, en los primeros días de las vacaciones uruguayas se dio una merma en el turismo interno. Precisamente, hablando con el Presidente del "cluster", le dimos nuestra visión en el sentido de que el uruguayo deja para vacacionar la última semana y el último fin de semana, coincidiendo en esta oportunidad con las vacaciones de Argentina.

En ese punto, quiero plantear otro problema que se da este año -creo que por primera vez-, por cuanto las vacaciones uruguayas y argentinas coinciden durante una semana. Sé el esfuerzo del ex Ministro Lescano, en su momento, para solucionar este asunto. Supongo que todas las Cámaras les habrán hecho un planteo con relación a este tema, porque esto produce una merma importante; antes, se tenía un mes de vacaciones, pero, ahora, en definitiva, se tendrán veintiún días.

Por otra parte, quiero formular una consulta concreta en función de que las autoridades de la Administración Nacional de Puertos informaron al "cluster" de turismo de mi departamento sobre la posibilidad de la llegada de cruceros al Puerto de Colonia.

Asimismo, se realizaron dos planteos en distintos lugares que quiero trasmitir. Por un lado, se propuso -si bien no es competencia del Ministerio de Turismo y Deporte, este puede ayudar- que en las rutas nacionales a las que acceden turistas y en las que hay movimiento interno existan cajeros del BROU y de Banred. Por otro lado, se nos planteó la posibilidad de que el Ministerio de Transporte y Obras Públicas, junto con el Ministerio de Turismo y Deporte, instrumenten baños públicos en rutas nacionales; en muchas de ellas existen paradores y restaurantes, pero los turistas quieren bajar a los baños públicos. Creo que sería bueno implementarlos y que fueran atendidos entre el Ministerio de Turismo y Deporte, el Ministerio de Transporte y Obras Públicas y las Intendencias, a las que realmente debe interesar.

SEÑORA MINISTRA DE TURISMO Y DEPORTE.- No tenemos evaluadas las cifras de la llegada de turistas durante esta primera semana.

La primera información que tenemos, específicamente de Colonia -que no está atada; como es sabido, allí la llegada es vía fluvial-, es que hubo una presencia interesante de argentinos, pero no puedo hablar de cifras. Eso ha sido así tanto en Colonia como en Montevideo.

No tenemos información sobre las vacaciones uruguayas aún.

SEÑOR LIBEROFF.- Tres Cruces tuvo un 7% más de movimiento que las vacaciones de julio del año pasado.

SEÑORA MINISTRA DE TURISMO Y DEPORTE.- El movimiento de Tres Cruces es la única información que tenemos procesada.

Con relación a los servicios de las rutas nacionales, ese es un desvelo nuestro. Realmente, se ha ido avanzando mucho, fundamentalmente a partir de la red de estaciones de ANCAP. Hemos asegurado casi en todas las estaciones un cajero de Red BROU e, inclusive, servicios de Abitab o de Red Pagos en los que también se puede hacer movimientos de dinero. Asimismo, en el este se han hecho convenios con algunos supermercados; el supermercado adelanta dinero y, luego, la tarjeta o la Red BROU lo restituye. Lo mismo sucede con los baños. Ha habido un trabajo muy concentrado en las estaciones de ANCAP que están en las rutas nacionales. Eso puede ampliarse.

SEÑOR PLANCHON.- Sé que eso se está dando en las rutas que van desde Montevideo hacia el este, pero no así en otras rutas nacionales del litoral, en las que hay carencias.

SEÑORA MINISTRA DE TURISMO Y DEPORTE.- El señor Subsecretario me acota que este año hicimos algunos cajeros móviles, una sobreoferta, en el Chuy y La Pedrera, por ejemplo; era uno de los problemas grandes.

De cualquier manera, recogemos el planteo; es una preocupación permanente. Comprendo que el señor Diputado Planchon no se está refiriendo a las Rutas Nº 1, Nº 9 o Nº 10, sino al resto de las rutas.

SEÑOR LIBEROFF.- Con relación a ese tema, quiero decir que durante dos años y medio estuvimos trabajando con los operadores de las estaciones de servicio, no solo por los baños, sino por la accesibilidad a ellos. Inclusive, establecimos un fondo para acceder al 50% de la construcción de

cualquier obra que se hiciera en esa dirección. No logramos concretar obra alguna con ninguno de los operadores, por distintos motivos.

En particular, ahora, por suerte, en la ruta interbalnearia a la salida de Rocha se ha modificado la situación existente y en la Ruta Nº 1 hay una estación de servicio de Petrobras que es una de las que tiene las mejores condiciones en el territorio. Nuestra idea era que existieran estaciones de servicio con buenos baños y accesibles a no más de cien kilómetros de distancia

Desgraciadamente, tuvimos que cancelar ese fondo porque no hubo participación de los permisarios de las estaciones para participar del proyecto, por diferentes motivos. Estuvimos dos años y medio en esa dirección. Efectivamente, ese es un déficit y debemos seguir por ese camino.

Con relación a la llegada de cruceros a Colonia, hace aproximadamente tres meses, la Administración Nacional de Puertos informó esta situación en una reunión con diferentes fuerzas vivas de Colonia. Hasta ahora, está faltando una parte de la batimetría, según informa la compañía que lo va a traer. Eso se estaba procesando a efectos de facilitarlo. Se estima la primera llegada para fines de octubre o comienzos de noviembre. En definitiva, es la Administración Nacional de Puertos la que está coordinando esa llegada con los armadores del puerto. Esperamos que ello se concrete. La apertura de la temporada de cruceros de este año sería en Colonia y no en Montevideo o en Punta del Este, como tradicionalmente sucede. Cuando tengamos información al respecto, inmediatamente la haremos llegar.

SEÑOR PRESIDENTE.- Voy a tratar de salvar tres errores que he cometido.

En primer lugar, quiero dar la bienvenida a las señoras Secretaria y Prosecretarias, señoras Graciela Morales y Adriana Cardeillac, quienes asumen en el día de hoy la Secretaría de la Comisión.

En segundo término, la señora Viviana Calcagno está en uso de licencia, pero le enviaremos una nota de agradecimiento por los servicios que ha prestado a la Comisión durante tanto tiempo.

En tercer lugar -tendría que haber sido lo primero-, quiero decir que esta es la primera reunión de la Comisión de Turismo luego del fallecimiento del ex Diputado Mario Amestoy, ex Ministro, ex Presidente de la Cámara de Turismo, y así podríamos seguir porque tenía un currículum muy largo. Me gustaría que en una próxima reunión los señores Diputados realicemos un reconocimiento al señor Mario Amestoy. Algunos pudimos participar del velatorio o del sepelio, y los que no lo pudieron hacer tendrán la oportunidad en esta Comisión de expresar sus sentimientos. Sé que para la señora Ministra y el equipo del Ministerio, el señor Mario Amestoy ha sido reconocido -al igual que los demás ex Ministros de Turismo- como uno de los factores importantes para que el turismo sea el que es hoy.

Remendé un poco el error.

SEÑOR RODRÍGUEZ SERVETTO.- Adhiero a la bienvenida que han realizado los colegas, deseando el mayor de los éxitos a todo el equipo.

También quiero hacer un reconocimiento al ex Ministro Lescano -creo que para todos seguirá siendo "el Ministro Lescano"-, en quien encontramos, más allá de los partidos, a una excelente persona.

Creo que podemos ayudar al Ministerio de Turismo y Deporte invitando a quienes nuclean a los operadores de las estaciones de servicio para hablar sobre estos temas. El año pasado, presenté un proyecto de ley a efectos de prohibir la venta de alcohol en las estaciones de servicio, y prestamente vinieron a hablar conmigo. Por eso, creo que los podremos convocar sobre este tema. Quizás, el Ministerio nos pueda hacer llegar el planteo que tiene al respecto en forma desarrollada, a efectos de concretar algo entre todos.

Quiero saber si el traspaso de los US$ 200.000 a los que hizo mención la señora Ministra para el proyecto turístico de Quebrada de los Cuervos se hizo al Gobierno departamental o a otro organismo.

Con respecto al bus turístico que se está planteando para Montevideo, en Maldonado -mi departamento- existe uno, y me gustaría saber si el Ministerio de Turismo y Deporte participa en eso o es un emprendimiento local.

En cuanto a la preventa y posventa de los pasajes de los cruceristas que venían a Uruguay, ¿cómo ven la posible solución para no perder este trabajo que han realizado, que es tan importante? ¿Se viabilizaría a través de un acuerdo con alguna de las aerolíneas que hoy están trabajando y siguen llegando? ¿Cómo cubriremos ese vacío?

Por otra parte, quiero formular una pregunta, que pido que la tomen como la hago, porque no tiene intencionalidad de ningún tipo; solo quiero saber para poder compartir información. ¿Cómo considera el Ministerio de Turismo y Deporte que pueda afectar el acuerdo en el que se está trabajando de intercambio de información tributaria con la República Argentina? Ya estamos viendo efectos, sobre todo en nuestra zona, pero debe estar afectando a todas las zonas turísticas, porque se está advirtiendo un enlentecimiento en las inversiones. Además de los problemas económicos que tiene Argentina y de las medidas que está tomando con respecto a los dólares, tenemos información de que no está llegando el dinero correspondiente para pagar las expensas -como dicen los argentinos; nosotros les decimos gastos comunes-, lo que es preocupante. Quiero saber qué nos pueden decir al respecto.

SEÑORA MINISTRA DE TURISMO Y DEPORTE.- Con relación a la Quebrada de los Cuervos, el traspaso se hizo a la Corporación Nacional para el Desarrollo, que está trabajando con la Intendencia de Treinta y Tres. Se está haciendo un trabajo que ya lleva ocho o nueve meses. Ahora se ha incorporado al SNAP, porque precisamos algunas cuestiones vinculadas con el diseño de los senderos, pero se está realizando un trabajo muy fluido y bueno con la Intendencia, teniendo a la Corporación Nacional para el Desarrollo como depositaria de los fondos.

En cuanto al bus turístico de Maldonado, el Ministerio de Turismo y Deporte no ha tenido ninguna participación. Tampoco tiene participación económica en el llamado de Montevideo. Como formamos parte del conglomerado, hemos sido parte de las opiniones para la construcción del pliego de licitación, pero no hay apoyo económico del Ministerio de Turismo y Deporte.

Lo relativo a la venta del crucerismo, lo incorporaremos cuando tratemos lo de PLUNA porque, en realidad, el centro de nuestros desvelos y todo lo que estamos haciendo apunta a volver a tener esa conectividad. Entonces, todo esto está unido. Si se me permite, lo trataremos en ese momento.

¿Qué es lo que sucede con Argentina? Es un tema extenso y difícil de poder explicar. Nosotros como miembros del Poder Ejecutivo obviamente compartimos el trabajo del Ministerio de Economía y Finanzas en el sentido de ubicar a Uruguay en el mundo, en el lugar donde debe estar, producto de las condiciones como disponen algunos organismos internacionales.

En pocos días nosotros vamos a hacer una consultoría en el gran Buenos Aires; vamos a chequear la opinión y saber cómo está el estado de ánimo y cómo está pensando la gente del gran Buenos Aires, en una región que está compleja.

En esta situación concreta hemos chequeado el aumento de las compras con tarjeta de los argentinos, y nosotros lo promovemos. Ellos vienen con sus tarjetas, compran el paquete o contratan el hotel aquí o en Argentina y si el hotelero quiere cobrar en dólares ellos pueden pagar en pesos argentinos y el dólar se lo cotizan a 4,50, que es el precio de tabla. Y los dólares que pueden conseguir para salir del país, se los traen para gastarlos en el Uruguay. Esta ecuación no es desfavorable para nosotros. Por lo tanto, nosotros queremos promover el uso de la tarjeta por parte de los argentinos porque pueden pagar con ella todo lo que compren antes, y mucho o poco del dinero en efectivo que se les permita sacar lo gastan en Uruguay.

Como ustedes sabrán, esta es una situación que habrá que ir observando día a día ya que va cambiando.

Este es un tema que está sobre la mesa con el sector privado de forma permanente. Hay muchas empresas turísticas uruguayas que tienen sus sucursales en Argentina y algunas están tomando la decisión de cobrar en pesos argentinos, es decir, vender allá, y producto de que son empresas instaladas, pueden hacer el traspaso de dinero de un lugar a otro. Hay que ir buscando las formas de solucionar este asunto. Vamos a tener que ser efectivamente muy creativos en ese sentido.

Todavía no tenemos una información consolidada de repercusiones pero podemos asegurar que las estamos analizando. Apenas tengamos ese estudio que vamos a hacer ahora en pocos días, lo compartiremos con la

Comisión de Turismo, porque nos parece que esa también puede ser una herramienta para aplicar en algunos sectores; tendremos que segmentar, pues no podemos estudiar todo el gran Buenos Aires, pero sí el nivel o el "target" de turistas, es decir, los que viven en "countries", en determinadas zonas que, en realidad, es la masividad de clientes que vienen a Uruguay. Esto es lo que hoy yo puedo informar con responsabilidad sobre este tema.

SEÑOR RODRÍGUEZ SERVETTO.- Me gustaría que me ampliaran un poco más lo referido al centro de convenciones de Maldonado. Si no entendí mal, es llevado adelante por la Corporación Nacional para el Desarrollo y el Gobierno departamental, y participan los Ministerios de Turismo y Deporte y de Economía y Finanzas ¿En qué etapa está?

SEÑOR LIBEROFF.- Como es de conocimiento, se constituyó un fideicomiso que integran efectivamente estos cuatro organismos: Ministerio de Economía y Finanzas, Corporación Nacional para el Desarrollo, Intendencia de Maldonado y el Ministerio de Turismo y Deporte.

Ese fideicomiso tiene por objetivo llevar adelante el llamado, la evaluación de las propuestas y después hacer la supervisión que se supone es por treinta años desde el tiempo en que se adjudique hasta su finalización.

A partir del acuerdo del Poder Ejecutivo -esto fue planteado en la Rendición de Cuentas-, depositó US$ 10:000.000 en ese fideicomiso y la Intendencia de Maldonado, después de las habilitaciones de la Junta Departamental -tengo entendido que se aprobó por una amplia mayoría- se depositaron tierras por un valor aproximado a los US$ 14:500.000 de los que ya se han ejecutado dos tercios y, por tanto, el dinero para llevar adelante este proyecto, ya está pronto.

El primer llamado se declaró desierto, más allá de que se había adjudicado el proyecto, que tuvo que ver con el diseño del arquitecto Carlos Ott. Primero se hizo un "data show", es decir, un llamado sobre determinadas bases a los efectos de que todos aquellos que potencialmente estén interesados, indiquen su disposición de participar o hagan comentarios sobre cuál es la manera que debería estar estructurado para facilitar la presentación.

Como ustedes saben, por suerte para el Uruguay, ello tuvo una participación de veintidós empresas en ese proceso de interés en primera instancia. A partir del conjunto de los señalamientos, se está trabajando para la determinación de los pliegos. Este va a contar aproximadamente con siete capítulos y cuatro ya han sido evaluados; faltarían evaluar a tres. El proyecto ejecutivo, es decir, las bases para la memoria descriptiva para elaborar el llamamiento, el arquitecto Carlos Ott las entregó hace veinte días atrás. O sea que si el proceso sigue regularmente, antes de finalizar el mes de julio debería estar haciéndose el llamado internacional. Está previsto noventa días para quienes quieran participar en las propuestas, y cuarenta y cinco días para evaluarlas. Originalmente en el cronograma se iba a intentar estar firmando la adjudicación antes de la licencia de la construcción del presente año. Se trata de un cronograma exigido y exigente, pero de una u otra forma los plazos se han ido dando. A esta altura digamos que hay unos treinta días de atraso en cuanto al cronograma original que se había hecho en el mes de febrero.

De acuerdo a las consultas que se han hecho, creemos que va a ser una actividad bien importante.

SEÑOR PRESIDENTE.- Hemos finalizado con la lista de oradores. La señora Ministra en su intervención solicitó dar la palabra al licenciado Liberoff a fin de que se refiera al balance de la temporada y a las grandes cifras.

SEÑOR LIBEROFF.- Si se me permite, vamos a distribuir unas carpetas que trajimos para los señores Diputados a los efectos de tratar este asunto, ser sintéticos y que ustedes manejen el conjunto de la información de manera amplia.

Normalmente, el proceso de trabajo por las campañas promocionales se inicia en el mes de junio o julio, a partir de lo que fue la evaluación anterior. Este es el proceso tradicional y ahí se fijan los grandes objetivos.

Tal cual se puede ver en el repartido, para nosotros los objetivos básicos, de acuerdo con los conocimientos adquiridos, han sido mantener la presencia en el mercado argentino en particular, teniendo en cuenta que la

temporada pasada era en la que se consolidaba la apertura de los puentes por primera vez, en forma permanente y, sobre todo, en capital federal y gran Buenos Aires, de donde llegan turistas argentinos al país entre un 65% y un 70%.

En segundo lugar, la apuesta estratégica de esta Administración -como lo venimos manifestando- es tratar de convertir a Brasil, desde San Pablo hacia abajo, en una suerte de nuevos argentinos en cuanto al crecimiento y fidelización respecto al destino nacional. En lo que hace a Paraguay, para nosotros es importante en tanto concentrado durante la temporada son los que producen mayor gasto. En el caso de Chile hemos tenido varias oscilaciones sobre la base de un mercado que oscila mucho de acuerdo con la competitividad de precios, y esto nos influye.

Desde el punto de vista de la región, venimos creciendo en forma sostenida, particularmente en el mercado colombiano, y nos interesa seguir creciendo en el peruano. Desde el punto de vista del hemisferio norte, afortunadamente como ustedes saben, desde junio pasado American Airlines por primera vez tiene a la venta vuelos anuales diarios al Uruguay. Antes tenía de noviembre a abril y de agosto a setiembre, pero esta vez cuando los repone, por primera vez tenemos vuelos diarios a Miami.

Es muy difícil hablar del mercado norteamericano; casi no tiene sentido ya que New York es una cosa, Los Ángeles otra. Y de acuerdo con nuestra potencia y con nuestra capacidad de captar turistas, hablamos de Miami porque preferimos referirnos a lugares donde podemos tener incidencia de una u otra forma.

En el caso de Europa, estamos alcanzando entre ciento sesenta y ciento setenta mil pasajeros anuales, y en la época de verano se concentra fundamentalmente en fin de año que, como ustedes saben, hay una llegada a nuestro país del segmento "1 plus", por llamarlo de alguna forma. Esto hace que a esa altura, la playa de estacionamiento del Aeropuerto de Punta del Este quede absolutamente chica para la demanda de jets privados que se verifica entre el 20 de diciembre y el 10 de enero. Pero esto lo seguimos manteniendo como forma de trabajo.

En función de estos objetivos generales, tenemos una aproximación de los medios a los cuales queremos llegar a esos segmentos que son potencialmente los que van a venir. En este sentido, la inversión es del orden de US$ 4:300.000; esto es lo que venimos aplicando a la temporada de verano en los últimos dos años.

Ustedes también saben que producto de la variación que tienen las definiciones de compra por parte de los turistas, la prensa escrita ha reducido su impacto desde el punto de vista de la definición de compra, sobre todo la prensa diaria y, sin embargo, ha aumentado la visibilidad de los temas por Internet.

Por otra parte, las señales por cable en América Latina han ganado un espacio que hace seis o siete años atrás no tenían. Desde ese punto de vista, la inversión de televisión es una parte importante. En la carpeta que repartimos, los señores Diputados podrán ver que tenemos la presencia de por lo menos ocho señales de cable regionales y, en cuanto a la vía pública, creemos que nos ayuda, es importante para tener una imagen y una presencia en esos mercados, que cubre un porcentaje significativo. No obstante, en los últimos años, en particular en la última temporada en el Uruguay -cuando hablamos de la temporada no nos referimos solo a lo que viene de afuera sino también a lo que nos pasa aquí- pedimos a las empresas que manejan la vía pública que para hacer la inversión ya no bastaba con que nos dijeran cuántas personas pasan por una esquina donde hay un cartel, sino que debíamos avanzar en un ejercicio de recordación de imagen. Como esto no se verificó, redujimos muy considerablemente la presencia desde ese ángulo y lo dedicamos a otros medios, particularmente, al crecimiento de las nuevas tecnologías. Coincidentemente con nuestra presentación aquí en esta oportunidad, y aprovechando las vacaciones de julio, las empresas aceptaron hacer una medición de recordación sobre la presencia en la vía pública, razón por la cual ustedes habrán observado la campaña "Vuelvan los padres a la naturaleza" que ahora está siendo evaluada por la empresa de Equipos Mori, que fue la que ganó la licitación para evaluar esto, en común acuerdo con los medios de vía pública. Seguramente en los próximos quince días nos brindaran ese resultado y así podremos pensar cómo pueden ser en el futuro las campañas de vía pública y gastar de la mejor forma posible.

En la carpeta los señores Diputados podrán observar muchos indicadores de eficiencia, contactos potenciales, retorno de inversión y cuál fue el gasto de los turistas y el número de turistas que vinieron de esos mercados.

Entonces, si nos concentramos en el punto de los visitantes, hasta el mes de mayo nosotros podemos brindar información. Al día de hoy la Dirección Nacional de Migración no ha cerrado el mes de junio y por eso no

podemos aportar este dato.

Este año nosotros recibimos 1:435.872 turistas. Esto significa siete mil turistas menos que el año pasado. Desde el punto de vista del dinero, hemos recibido algo más de US$ 1.257:000.000, que significan US$ 8:000.000 menos que el año pasado hasta el mes de mayo. Señalo estos números porque si ustedes toman solo el primer trimestre, la diferencia es mayor, es decir, en abril y en mayo se logró recuperar una parte del dinero que no había ingresado en el primer trimestre, y el número de turistas es aproximadamente igual.

Lo que sí baja -esto no es un fenómeno uruguayo sino internacional- es la estadía. Mientras que el año pasado teníamos 7.7 días durante este período, ahora estamos en 7.2. Pero todos sabemos que cada vez se acortan más las estadías en los viajes, aunque aumentan las frecuencias que se realizan año a año.

Desde el punto de vista del gasto promedio por persona, el año pasado se situaba en US$ 880 y en este, en US$ 875; quiere decir que en este sentido no hay una variación sustancial. Sí hay un crecimiento del número de los argentinos que siguen llegando al Uruguay. Se mantiene igual la cantidad de brasileros y descendió un poco la cantidad de chilenos y mínimamente los paraguayos. Sin embargo, creció un 2% o un 3% lo que llamamos extrarregión, es decir, no solo comprende a los sudamericanos sino también a los del hemisferio norte.

Lo que de una y otra forma también es importante señalar acá a la hora de hacer los análisis es que los uruguayos que salieron este año fueron muchos más con respecto al año pasado durante el mismo período. El gasto de los uruguayos, producto de ese número, también creció en relación con las experiencias de los años anteriores. No obstante, al mes de mayo, la balanza, o sea, lo que recibimos de dólares por el turismo menos lo que los uruguayos gastaron fuera, en este momento está situado en US$ 907:000.000 y el año pasado en US$ 1.017:000.000, o sea, US$ 100:000.000 menos que también tienen un componente bien interesante y que me parece válido que lo mencionemos aquí.

El número de uruguayos que residiendo en el exterior vienen al Uruguay bajó un 40%. Esta es una realidad que se viene verificando desde octubre del año pasado. El desarrollo de la crisis en Europa y en el hemisferio norte está afectando grandemente a la llegada de nuestros compatriotas que tradicionalmente vienen para tomar sus vacaciones en el territorio nacional. Y eso hace a una parte -no todo- de esta disminución de ingresos que se verifica hasta mayo de este año. A esto hay que sumar un elemento que tenemos con relación a los cruceros.

Este año tuvimos una temporada de cruceros récord en la historia del país. Tuvimos entre ciento diecinueve amarres en Montevideo y ciento seis en Punta del Este, es decir, un total de doscientos veinticinco amarres, que ha significado un ingreso por más de US$ 20:000.000 del punto de vista del gasto de los cruceristas. A ello hay que sumar otro tanto y un poco más, que son los insumos que los cruceros adquieren en nuestro territorio. Desde ese punto de vista, esto también significó una cifra récord de cruceristas y tripulantes que descendieron de los barcos, que supera los trescientos veinte mil. Este es un elemento que hace relación con lo que recién mencionábamos en cuanto a la importancia de los pre y post. Una de las razones de lo que pasó fue que la compañía MSC hace tres años había hecho una experiencia de recambiar pasajeros en cabinas de Montevideo, pero esta temporada, por primera vez, Costa Cruceros puso a la venta ciento veinte cabinas en ocho paradas y fueron vendidas totalmente. Por tanto, ya están a la venta doscientas cincuenta cabinas durante diez paradas para la próxima temporada. En este sentido, se adelantó un año aquello en lo que habíamos trabajado, y lo que nosotros queremos -pido disculpas por abordar solo una parte de lo que después se va a conversar- es que de esa cantidad de cabinas pudiéramos contar con un número importante de brasileros, paraguayos, argentinos, fundamentalmente de Córdoba, que subieran al crucero en nuestro país ya que es más fácil y accesible que ir al puerto de Buenos Aires o al de Santos en Brasil.

Esto nos permite -hay que seguir trabajando en función de que nos siga permitiendo- la posibilidad de que ese pre y post también pudieran ser quienes luego vienen como turistas en forma más permanente o quienes compren segundas residencias como lo hacen otros. Entonces, desde este ángulo, ello se convertiría en un fenómeno promocional mayor. En este sentido, la temporada ha sido muy buena. En este caso, terminó en mayo, producto excepcional de que había un crucero japonés que estaba dando la vuelta al mundo. Pero, normalmente, cuando termina Semana Santa, si es en abril, alrededor de esa fecha termina la temporada.

En cuanto a la comunicación convencional que tenemos a través de distintas cadenas, de medios de prensa, etcétera, va a mantenerse una presencia, pero utilizaremos las nuevas tecnologías porque para nosotros es fundamental. Es más: estamos destinando una inversión mayor en lo que tiene que ver con la zona digital de los medios, tanto para "La Nación", "Ámbito Financiero", "Caras" o la revista "Gente", por citar algunos. A través de esto, nosotros buscamos desarrollar lo que es la interactividad entre el cliente o el consumidor final y nuestra promoción.

Hoy, la señora Ministra hacía mención al "Facebook" del Ministerio que, si se pone una información, ello implicaría que los setenta y dos mil que tenemos en este momento se transformarían en catorce millones potenciales. Ello nos permite interactuar con potenciales compradores directos.

El "Twitter" tiene seis mil; normalmente la proporción es de uno a diez. También esto significa que el Ministerio tuvo que ir generando condiciones de recursos humanos que no existían. O sea, la Administración Pública no estaba preparada años atrás para tener una forma de comunicación de estas características. Es muy difícil que a personas de más de sesenta años se nos pida que nos transformemos en comunicadores a través de esas nuevas tecnologías. Desde este punto de vista, los nuevos recursos, aquellos que eran becarios o los que han sido llamados para trabajar específicamente en estas áreas, fueron muy importantes.

Inclusive -una variante que quizás los señores Diputados han tenido oportunidad de ver-, se ha podido lograr que el consumidor pueda participar de la campaña. A través del "Facebook" nosotros promovimos que los turistas nos enviaran fotos de ellos en las vacaciones que colocamos en las pantallas "Led" del camión que circulaba por Montevideo y les podíamos decir que a tal hora su foto iba a estar en tal lado. Esta es una forma nueva y distinta de hacer promociones.

Por otro lado, el canal de televisión tiene una posibilidad para poder subir videos propios como en "Youtube". No cabe duda de que las imágenes que generan los turistas sobre la experiencia que han vivido son mucho más potentes que la comunicación que nosotros podamos hacer al respecto.

Mañana nosotros vamos a hacer la despedida de la delegación uruguaya que participará en los Juegos Olímpicos. Se ha confeccionado una camiseta sobre la base de las fotos que enviaron al "Facebook" los uruguayos. Estas se imprimieron en las camisetas y es lo que vamos a entregar a cada uno de los integrantes de esa delegación. Es una forma de hacer participar a los turistas.

Esta es una de las principales conclusiones que sumamos a lo que venimos aprendiendo sobre las campañas de la temporada.

SEÑORA MINISTRA DE TURISMO Y DEPORTE.- Me gustaría que hiciera uso de la palabra el profesor Álvaro López porque tiene algunas informaciones importantes para compartir con respecto al proyecto BID II, precisamente en una zona del territorio nacional donde nosotros queremos desarrollar estas propuestas.

SEÑOR PRESIDENTE.- El señor Diputado Mario García quiere hacer una puntualización. Después hará uso de la palabra el profesor Álvaro López.

SEÑOR GARCÍA (don Mario).- Se hablaron de las nuevas tecnologías que para nosotros también son nuevas y muchas veces tampoco las manejamos. Sabemos que han proliferado las ofertas turísticas a través de los medios, de las redes, en detrimento del trabajo que hace el comercio formal. Entonces, hoy es muy fácil para todo el mundo alquilar una casa en temporada a través de las redes.

Quisiera saber si el Ministerio ha previsto o tiene previsto hacer algún tipo de control en este sentido porque, sin duda, se está dando una competencia desleal entre quienes forman parte del mercado formal de ofertas de servicios turísticos y aquellos que simplemente valiéndose de una página en una computadora están en el mercado. Por lo que uno siente en las temporadas esto viene en aumento.

SEÑOR PRESIDENTE.- Aparentemente, los que compraron pasajes de PLUNA por Internet están más desprotegidos que aquellos que lo hicieron por agencias.

SEÑOR SUBSECRETARIO DE TURISMO Y DEPORTE.- Este es un tema que tenemos presente. Y tanto es así que este asunto lo venimos discutiendo en conjunto con el sector privado, básicamente con la Cámara Uruguaya Inmobiliaria, y con los señores legisladores cuando empezamos a considerar el proyecto de ley nacional de turismo.

El uso de las nuevas tecnologías para las transacciones turísticas no se limita a los informales. Como bien acotaba el señor Presidente de la Comisión, hoy muchas empresas utilizan ese tipo de medios para contratar. Lo que nosotros podemos hacer en este momento -en la medida en que tenga localización a nivel nacional y exista una forma de identificarlos- es exigir que cumplan con la normativa, es decir, que se registren en el Ministerio, que funcionan como agencia de viaje ya que eso es lo que hacemos en cuanto a las inmobiliarias. También es verdad que es posible abrir un dominio con sede en Luxemburgo y hacer transacciones con tarjetas. Por este motivo, en el marco de la elaboración del proyecto de ley de turismo, una de las tareas importantes que llevamos adelante fue crear un taller a fin de hablar sobre los temas de comercialización. Allí, además de expertos nacionales, participaron argentinos para intercambiar opiniones e informaciones y ver cómo podíamos seguir avanzando. En la medida de nuestras posibilidades hacemos seguimientos y los obligamos a formalizar. No podemos decir que por el hecho de trabajar exclusivamente vía "web" estén en la informalidad porque es posible que estén registrados y regulados, pero hay muchos que no lo están. Entonces, reitero que en la medida de nuestras posibilidades les hacemos un seguimiento pero en algunos casos se hace muy difícil.

SEÑOR LÓPEZ.- Muchas gracias a la Comisión por escucharnos.

En primer lugar, quisiera subrayar que desde el año 2007 se aplica el primer programa BID, que está culminando. Se están llevando a cabo las últimas acciones. Ese programa dio lugar a importantes construcciones como el Centro de Bienvenida Interpretación y Turismo de Colonia, la puerta y el edificio interior en Cabo Polonio y la restauración del Ventorrillo de la Buena Vista en Lavalleja. También hay tres construcciones que se están finalizando: la restauración del Hotel Olivera en Villa Soriano, que probablemente esté para el mes de setiembre, el centro terapéutico de Almirón, que va a estar para el mes de agosto, y ya culminó la restauración y mejora de la piscina de Termas del Arapey aunque se están terminando sus vestuarios.

Además, hubo varias consultorías que atacaron temas fundamentales: el plan de marketing, el plan termal, el plan náutico e, inclusive, estudios de menor envergadura como el que se hizo sobre el barrio del Real de San Carlos, y una cantidad de acciones vinculadas a la capacitación y a la innovación. Ahí surgió el turismo idiomático -que ha sido bastante novedoso-, el sistema de información geográfica, etcétera.

Lo cierto es que ya muy avanzado el BID I, el propio Banco Interamericano de Desarrollo, basado en la eficiencia de las tareas de ese primer proyecto, estuvo dispuesto a realizar un nuevo convenio, el BID II, que se hizo por la misma cifra, es decir, por US$ 6:250.000: US$ 5:000.000 son aportados por el Banco y US$ 1:250.000 por el Estado. Aquí se nos plantearon dos aspectos fundamentales: que el BID II tuviera mayor impacto, concentrándose en el punto de vista geográfico y temático. En ese sentido, se toma como eje de trabajo el plan náutico en el río Uruguay, es decir, turismo náutico entre Soriano y Artigas, fundamentalmente, más un importante agregado -sobre todo para el Ministerio- del departamento de Rivera. Son seis departamentos en los que se concentran el eje y las acciones en una temática en la que Uruguay no está acostumbrado y que se busca promover, para que constituya parte de lo que la propia Cartera ha denominado "revolución de la oferta", la diversificación.

Esta concentración temática y geográfica no implica ser ajenos al conjunto de productos y atractivos que presentan cada uno de los seis departamentos. Sí se trata de aprovechar el río Uruguay para que los turistas lleguen hacia esos departamentos a través de la navegación, y luego se extienda la estadía en toda una serie de productos, por ejemplo, en las áreas protegidas -Farrapos, Rincón de Pérez, Rincón de Franquía-, con el turismo rural y, naturalmente, con el área termal. No podemos ignorar la enorme importancia que el área termal tiene no solo para la gente que viene por el río Uruguay, sino también para los brasileños que llegan al departamento de Rivera. En este sentido, se hizo un estudio previo en torno a la demanda de esos brasileños que, si bien tienen un perfil de turismo de compra, también demostraron interés por los destinos termales.

Se trata de vincular el río hacia el área continental -por decirlo de alguna forma-, pero también el continente al río. El uruguayo medio tiene poca cultura náutica en un sentido amplio, es decir, todo lo que refiere a

deportes en el agua. Bienvenido, pues, la nominación de Rodolfo Collazo, que ojalá obtenga alguna medalla y ayudara al turismo náutico en estos seis departamentos, sobre todo, los del río Uruguay.

Creo que en esto también nos falta motivación, comunicación y promoción de parte de los medios para que sea algo realmente colorido e interesante -como la regata que se hace durante la semana de turismo desde la Meseta de Artigas a Paysandú-, y tenga el vuelo que debería, tal como lo tienen otros eventos deportivos en el país.

Para decirlo de una forma sencilla, este programa tiene tres componentes básicos. El primero tiene que ver con infraestructuras que no poseen el vuelo del primer programa BID, pero que buscan facilitar las escalas del nauta sobre el río Uruguay, así como facilitar la observación a los turistas a través de centros de informes.

El segundo componente para nosotros es absolutamente fundamental, y tiene que ver con el apoyo a los emprendedores en todo sentido: en capacitación, en dar el gran empujón para hacer posible que el programa -como siempre lo ha planteado el Ministerio- genere divisas, empleo y mejores condiciones de vida de la gente. Naturalmente, que hay una cantidad de funciones que no puede cumplir el Ministerio y que las lleva a cabo el sector privado. Adviértase que, entre otros, estos seis departamentos fueron elegidos por un motivo fundamental que fue planteado por el Banco Interamericano de Desarrollo: su menor nivel de desarrollo humano

Por lo tanto, debemos enfrentar condiciones sociales, económicas que no son las que presenta el país en las áreas del sur, tratando de motivar y de incluir pequeños y medianos emprendimientos a fin de lograr una inversión del exterior que ayude a esta transformación. Este objetivo básico va a implicar un gran esfuerzo del programa.

El tercer componente pasa por concretar una red de productos y operadores turísticos en los seis departamentos, de forma de que cuando el turista llega a cualquiera de los puntos de ingreso, inmediatamente se le desplieguen todos los recursos que esos lugares presentan de forma tal de superar el problema de su -permanencia, tal como que señalaba el Director General.

Uno de los problemas que plantea el turismo náutico -esto nos lo decía alguna vez el actual Intendente de Colonia, que también es nauta- es que en general a esas personas les gusta quedarse en el barco. Nosotros hacemos una apuesta a bajarlo del barco, a que recorra, a que vaya a estancias, a las termas y a que visite ciudades que tienen valor patrimonial importante. Ese es el objetivo.

El gran plus que tiene este programa y el gran esfuerzo desde el punto de vista económico y humano radica en la descentralización. Para cumplir con este programa ubicamos un coordinador regional en la ciudad de Rivera, para atender los departamentos de Rivera y Artigas, junto con un asistente que permanece en Montevideo y viaja a esos lugares. Tenemos otro coordinador regional en Salto, para atender los departamentos de Salto y Paysandú, con un asistente en el terreno. También hay una coordinadora asentada en Colonia que se ocupa de los departamentos Río Negro y Soriano, pues allí tenemos un problema de continuidad del programa anterior.

¿Qué hacen estos coordinadores? Recientemente hemos entablado las primeras relaciones con los Gobiernos Departamentales y Locales. El Ministerio nunca ha trabajado -no lo hacía el doctor Lescano y no lo va a hacer esta Administración- al margen de los Gobiernos regionales o locales. La relación es con los Gobiernos, con los agrupamientos de comerciantes e industriales de la zona.

En Rivera instalamos la oficina en la Asociación Industrial y Comercial de Rivera, ACIR, y en Salto la ubicamos en la Regional Norte de la Universidad de la República. Se trata de trabajar con cabeza de conglomerado. Así lo ha hecho el Ministerio con la Asociación Turística de Colonia, el conglomerado de Montevideo, los agrupamientos de Rocha que han tenido distintas denominaciones, y en todos los conglomerados que se han formado en distintos lugares del país, en diálogo permanente, participativo, dando a conocer las iniciativas paso a paso, consultando, dialogando, discutiendo -como dijo el señor Subsecretario en Salto- lo que vamos desarrollando.

SEÑOR PRESIDENTE.- La Mesa entiende que el informe general proporcionado ha cumplido con el objetivo respecto al primer tema en discusión. Correspondería pasar al informe del Ministerio relativo a la situación de la empresa PLUNA.

SEÑORA MINISTRA DE TURISMO Y DEPORTE.- Como todos podrán suponer, estos días el Ministerio ha actuado dentro de una coyuntura compleja. Si bien este no es el Ministerio sobre el que recae la responsabilidad de la administración de la empresa, en estos últimos años su accionar ha sido de fundamental importancia. Muchas veces ustedes nos habrán escuchado hablar de lo que Uruguay había mejorado en materia de conectividad, de las dificultades que en ese aspecto teníamos con el resto del continente en 2005, y de lo que significa tener aviones en esta América Latina. No somos Europa en donde alguien se puede tomar un tren y recorrerla de un extremo a otro. Acá necesitamos los aviones. Tampoco desconocíamos -todos los días estamos en contacto con ellas- las enormes dificultades que hoy tiene la operativa de aeronavegación en el mundo.

Antes de salir para esta reunión me entregaban un papel con la información de que Wizz Air, la mayor "low cost" de Europa central y oriental hoy anunció la reducción de vuelos en quince líneas. Adviértase, que había empezado a conectar Barcelona y Madrid con Europa central, pasando de treinta mil viajes a un millón y medio, por lo cual eso hoy le significa setenta mil pasajeros menos a Barcelona. No digo esto para justificar nada. Lo que quiero decir es que estamos en un contexto complejo de la aeronavegación: American Airlines está en concordato, hace más de cuatro años que quieren vender Alitalia y no hay ofertas, hay varias "low cost" en España y Europa que han cerrado de un día para otro, y por estos días la línea boliviana está con dificultades

También se han producido fusiones de diversas mega empresas, como LAN y TAM, AVIANCA y TACA, British Airways e Iberia. Es decir que en el mundo hay un proceso de transformación muy grande. En el día de ayer en el informativo de la noche escuché un informe de Laura Raffo -que no conocíamos pero que vamos a solicitar-, que fue absolutamente transparente, sobre las dificultades que están teniendo las líneas de bandera ante las grandes corporaciones de transporte aeronáutico, en un mundo en el que la situación del precio barril de petróleo ha venido siendo realmente muy compleja, cuando sabemos que esto es fundamental en la estructura de costos de las líneas aéreas.

Compartimos la decisión del Poder Ejecutivo con respecto a este proyecto en el sentido de que es la única herramienta que nos garantiza la posibilidad de tener futuro. Si no hubiéramos tomado esa decisión, no tendríamos futuro y buena parte de la conectividad estaría hipotecada. Aquí tenemos depositadas las esperanzas porque, indudablemente, nuestro primer desvelo es recuperar la conectividad. Depositamos muchas de esas esperanzas en este proyecto de ley que adelanta los plazos del concurso de acreedores.

Nosotros teníamos que actuar, en primer lugar, porque trabajamos mucho con nuestras agencias de viaje y, en segundo término, porque el turista, el pasajero, el uruguayo que sale y el que quiere venir al Uruguay siempre han sido el centro de nuestro desvelo. En ese sentido, nos sentimos con una altísima responsabilidad de dar respuestas. De manera que lo primero que hicimos fue convocar a las agencias de viaje.

En estas horas le he pedido al Subsecretario Carámbula, a la Directora Rodríguez y al Director Liberoff que instrumentáramos un protocolo de respuestas. Es una realidad que no le podemos dar solución a todo el mundo, pero creo que lo peor que puede pasar es no responder, porque por lo menos a la gente hay que decirle algo, como parte del respeto al consumidor que nosotros siempre hemos querido defender con nuestra ley de turismo

Ustedes saben que en el caso de que las personas que compran paquetes en agencias de viaje y eventualmente no les cumplen, nosotros tenemos la posibilidad de intervenir y actuar sobre ellas en la medida en que cada agencia de viajes tiene garantías. Lo hemos hecho infinidad de veces pues, finalmente, defendemos al consumidor, y creo que también estamos defendiendo a las agencias de viaje en las que seguimos creyendo profundamente porque en ellas están los profesionales de esta actividad, quienes asisten y terminan aconsejando mejor a los turistas.

Reitero que definimos un protocolo de respuestas, que tiene varios tramos y situaciones diferentes.

SEÑOR SUBSECRETARIO DE TURISMO Y DEPORTE.- Como bien decía la señora Ministra, hemos coordinado todas nuestras acciones no solo con los Ministerios de Economía y Finanzas y de Transporte y Obras Públicas, sino también con el sector privado. En ese sentido hemos coincidido con el Presidente de la Cámara Uruguaya de Turismo, Luis Borsari -a quien hemos mantenido informado de todas las acciones-, sobre la necesidad de elevar la mira más allá de la coyuntura para pensar

rápidamente cómo recuperar esa conectividad perdida, que había mejorado mucho en los últimos años, pero que sin duda esta nueva situación implica un retroceso. Tuvimos que tomar acciones.

El viernes en horas de la tarde nos reunimos con la Asociación Uruguaya de Agencias de Viaje y con la Unión de Agentes de Viaje del Interior y tomamos algunas rápidas decisiones para tratar de mitigar, al menos en parte, el impacto que hoy se está dando. En primer lugar, cerramos acuerdo con las empresas LAM, TAM, GOL y BUQUEBUS de manera de asegurar la protección de los pasajeros que en ese momento estaban en viaje y retornarían al país con conexiones de PLUNA. Ustedes saben que PLUNA estaba viajando a Santiago de Chile, a Buenos Aires y Córdoba, a Asunción del Paraguay, y a varios destinos de Brasil, básicamente Porto Alegre, San Pablo y Río de Janeiro, pero también volaba a Curitiba, Brasilia y Belo Horizonte. Con estos acuerdos nos aseguramos protección para todos los pasajeros hasta el martes, o sea hasta el día de ayer

Inmediatamente que vimos que la situación se veía complicada -esto implica un costo para el Erario que está asumiendo el Ministerio de Turismo y Deporte en acuerdo con el Ministerio de Economía y Finanzas-, renovamos los acuerdos con LAN y TAM, que están operativos-, mantuvimos el que teníamos con BUQUEBUS, y estamos próximos a cerrar el acuerdo con GOL. Asimismo estamos en negociaciones con Iberia -todavía no hemos cerrado el acuerdo, pero hicimos la propuesta-, porque como ustedes saben PLUNA volaba con código compartido con esa aerolínea, y era posible sacar pasajes de ida y vuelta a Madrid por PLUNA viajando en las aeronaves de Iberia. En ese sentido tenemos algunos problemas.

De manera que en el caso de Gol y de Iberia estamos a la espera. Los otros están plenamente operativos. Esto implica que hay que presentarse en la ventanilla de estas aerolíneas con el pasaje de PLUNA emitido para pasajeros que hayan salido del país antes del quiebre de la compañía y que tenían marcado su regreso. A ellos se les endosa el pasaje. Esto no tiene costo para el pasajero pues lo asume el Estado.

Hemos tenido muy buena receptividad por parte de todas las compañías aéreas y también agrego a American Airlines, que nos está dando una buena mano manteniéndonos precios de protección -así se llaman- para estos nuevos acuerdos. Hay que hacer un reconocimiento en ese sentido.

Una vez que conversamos con las agencias de viaje se presentaba el comienzo de la semana de vacaciones. Imagínense ustedes las dificultades que existían. Solicitamos a AUDAVI y a UAVI que nos hicieran llegar un listado con los pasajeros que tenían dificultades para salir del país. En primera instancia, aunque no descartamos otras acciones, cerramos un acuerdo con BUQUEBUS -que hoy está operativo-, que permite viajar en la frecuencia puerto a puerto, Montevideo Buenos Aires, sustituyendo el puente aéreo, ya sea para pasajeros que habían comprado a través de estas agencias el pasaje a Buenos Aires como destino final, o que debían hacer trasbordo en los aeropuertos de Ezeiza o Aeroparque.

Creemos que vamos a mantener esto hasta el final de las vacaciones de julio, pero monitoreando los gastos porque si bien tenemos algo de respaldo, hay que actuar con responsabilidad. Eso es lo que está funcionando hoy.

Además, advertimos las dificultades que existían para los pasajeros que habían comprado vía web y demás.

SEÑORA MINISTRA DE TURISMO Y DEPORTE.- Que no es nuestra responsabilidad.

SEÑOR SUBSECRETARIO DE TURISMO Y DEPORTE.- Efectivamente.

Instrumentamos la instalación de un "call center" especial para estos damnificados, que espero esté operativo en las últimas horas de la tarde de hoy o en el día de mañana, de manera de orientar a las personas que presentan reclamos. En este "call center" vamos a informar lo que está operativo para los pasajeros que estén en tránsito fuera del país y que tengan conexiones en PLUNA.

En segundo término, les aclararemos que la compra en ventanilla o a través de la web en compañías aéreas -en este caso en PLUNA- no tienen garantías frente al Estado. En ese sentido, nos comprometemos a hacer la comunicación correspondiente a Defensa del Consumidor, si bien ellos las pueden hacer directamente. Hay una segunda instancia en donde está la posibilidad de que hayan comprado esos pasajes aéreos a través de agencias de viaje. La normativa que nos rige en ese sentido dice que si la compara a través de la agencia de viaje se limitó pura y exclusivamente a la compra del boleto -ya sea en su totalidad o en una parte en

PLUNA, por ejemplo, salida a Europa vía San Pablo, Buenos Aires y demás-, la agencia no tiene responsabilidad. De todas maneras nosotros debemos comunicarnos con la aseguradora -en este momento en el mercado tenemos al Banco de Seguros del Estado, que tiene más del 90% y a la aseguradora Berkley International- y con la agencia de viajes para que aclare qué vendió. Si se comprueba que solamente vendió el boleto, se retira el aviso a la aseguradora

El otro caso es cuando se vendió un paquete turístico. El decreto entiende que hay un paquete turístico, cuando se vendió algún servicio terrestre, no el transporte del aeropuerto a la ciudad, sino la contratación de hotel, paseos, almuerzos, cenas, auto o lo que sea. Aquí se trata de un paquete turístico que se le vendió armado al turista y la normativa entiende que la agencia de viaje sí es responsable de responder frente al usuario. En ese caso hacemos las comunicaciones a la agencia de viaje y al Banco de Seguros del Estado, y ahí la agencia verá si está en condiciones de dar respuesta. De hecho, me consta que muchos ya han dado respuesta. Por ejemplo, había pasajeros que iban al Caribe vía COPA, saliendo de Santiago de Chile, y que tenían una conexión de PLUNA. Obviamente, PLUNA no vuela más y la alternativa era LAN, que estaba absolutamente desbordada. Por lo tanto, tuvieron que comprar pasajes nuevos. Algunas agencias se hicieron cargo de eso.

La otra alternativa es que las agencia no se hagan cargo y en ese caso se debe afectar la garantía que hoy está vigente. Si se trata de un vendedor mayorista cubre hasta US$ 180.000, y si es un minorista hasta unos US$ 90.000, de acuerdo con el valor de la UR. Esta comunicación a las agencias de viaje la implementamos a través del "call center".

Cabe agregar que mantuvimos una intensa reunión con las agencias de viaje sobre el mediodía de hoy que fue buena, fermental y fructífera. Vamos a seguir trabajando y analizando de qué manera desde el Ministerio podemos seguir apoyándolas, mitigando los efectos sobre las agencias de viaje que son nuestro socio del sector privado en lo que tiene que ver con el turismo.

SEÑOR VÁZQUEZ.- Antes de llegar a esta reunión una señora nos pasó un "mail", que fue enviado al Ministerio. En el mes de marzo esta viajera, de nombre Encarnación Nicolás Carrillo, sacó un pasaje de ida y vuelta desde España. Vino en un vuelo de PLUNA operado por Iberia, y ahora tendría que salir desde aquí el 16 de agosto, en PLUNA. Nos dice que deberá abonar el monto del boleto de regreso. ¿Esto es así? Es más: si pasa el 11 de junio -que ya pasó- deberá abonar € 900.

Esta señora se contactó con el Consultado de España en Uruguay donde le dijeron que no tenían recursos para este tipo de situaciones, y le proporcionaron la dirección del Ministerio.

SEÑOR GARCÍA (don Mario).- Sin duda que PLUNA ha tomado a todo el mundo por sorpresa. Lo que está sobrevolando aquí es la falta de información que todo el mundo tiene sobre este asunto. Eso es lo que más nos preocupa porque, al igual que ustedes, somos receptores de un millón de preguntas sobre qué se puede hacer.

Ayer escuchábamos un titular que decía que los aviones que PLUNA tiene para subastar solamente los utilizan cuatro compañías en el mundo. Es decir, no son de los más comunes, ni nada que se le parezca. En fin, esta es una simple información. Esperamos que los planes arrojen el resultado esperado.

Concretamente quisiera preguntar a la señora Ministra cuándo el Ministerio de Turismo y Deporte se enteró de que PLUNA cerraba, porque hay versiones encontradas, pero no sobre su Ministerio. El señor Ministro Pintado -hay una nota por aquí- dijo que en ningún momento pensó que PLUNA se cerraba. Entonces, ¿cuándo se recibió esa comunicación de PLUNA? ¿El Ministerio hizo algo para retirar la venta de boletos a través de la web? Creo que esas personas han sido de las más perjudicadas e indefensas porque ni siquiera tienen con quién hablar. Quien compró su boleto a través de la computadora no puede hablar con la máquina.

¿El Ministerio estaba en conocimiento de que la cifra de US$ 3.500:000.000, que aparentemente habría sido el detonante para el cierre intempestivo de PLUNA, responde a los posibles juicios que podría enfrentar la empresa en Brasil? ¿Quién le manifestó esa cifra? ¿También le manifestaron al Ministerio que PLUNA se cerraba por ese motivo?

Aquí se manejaron las previsiones y gestiones que se están haciendo manteniendo la conectividad con Brasil, Paraguay y Argentina, pero nos informan que los boletos para el puente aéreo hoy cuestan US$ 500, y así se publicó en la prensa. No sé si esto lo está manejando Aerolíneas Argentinas o alguna otra empresa, pero quiero saber si esto es cierto. ¿Se ha podido mantener el puente aéreo o si el Ministerio ha iniciado gestiones a través de BUQUEBUS?

SEÑOR RODRÍGUEZ SERVETTO.- Lo que más preocupa a todos es cómo vamos a restablecer la conectividad. Es fundamental.

Me preocupa la negativa de Argentina a autorizar las frecuencias aéreas. El numeral 1º del artículo III del Acuerdo de Transporte Aéreo suscrito entre Uruguay y Argentina, ratificado por la Ley Nº 15.418 -entregué una copia-, de 1983, refrendada cuando se retomó la democracia. El artículo 3º de esta ley establece que cada una de las Partes tendrá derecho a designar, previa comunicación por escrito a la otra Parte, una o más empresas de transporte aéreo para la explotación de los servicios convenidos en las rutas especificadas.

Obviamente, el Gobierno tiene presente la ley, pero quiero saber si Argentina está incumpliendo este Acuerdo al no autorizar las frecuencias de BQB y SOL para cubrir el puente aéreo. ¿Cómo se ve el panorama para retomar la conectividad lo más rápidamente posible?

Acerqué a la delegación una carta que me llegó en el día de ayer. Sé que no es competencia de este Ministerio, pero agradecería que alguien de esa Cartera llame y conteste a esta gente. La cifra que se establece en la carta es irrisoria al lado de las que se manejan, pero para ellos es mucha plata.

Estoy hablando de una carta de la gremial de taxis de Maldonado y de la Federación Uruguaya de Taxistas, FEUTAX -entregué una copia a todos los colegas y a la delegación-, en la que se reclaman haberes impagos por parte de PLUNA.

SEÑOR GARCÍA (don Mario).- Aquí se dijo que el Ministerio -estaba respondiendo en la medida de sus posibilidades. Queremos saber cuál es la disponibilidad y cuánto va a costar a los uruguayos estos auxilios que está prestando. Evidentemente, cada vez más aparecerán pasivos para cubrir. Queremos saber para aproximarnos a alguna cifra.

SEÑORA MINISTRA DE TURISMO Y DEPORTE.- Por la responsabilidad del Ministerio, día a día veníamos siguiendo la situación de PLUNA. Nos enteramos de la decisión drástica de PLUNA el día jueves 5, en hora de la tarde. Ese día -reitero, en horas de la tarde tarde- nuestro Ministerio recibió formalmente las llamadas de los Ministerios de Economía y Finanzas y de Transporte y Obras Públicas comunicándonos la noticia. En los días previos, y especialmente el jueves, todos conocimos la situación de insolvencia económica, que tanto el señor Ministro de Economía y Finanzas como el señor Ministro de Transporte y Obras Públicas -nosotros lo compartimos- indican que es el motivo fundamental del cese de vuelos de PLUNA.

Es cierto que también sabíamos que en los últimos días se habían vertido algunas opiniones por parte de la Justicia brasileña, que tiene una interpretación muy amplia de "grupo económico". A partir del acuerdo de hace dieciséis años de Varig y PLUNA, interpreta que PLUNA es parte del grupo económico Varig. Por lo tanto, se desataban uno o dos juicios. No los hemos visto y no podemos hablar de ninguna cifra.

Sabemos cuál fue el hecho concreto y cuál es el fundamento: ley brasileña que no se hizo contra Uruguay, sino para defender a los trabajadores brasileños que litigaban para cobrar a partir de empresas que cerraban y cambiaban de dueño. Todos sabemos que, lamentablemente, ese ha sido el proceder de algunos empresarios. En esa interpretación amplia PLUNA venía pegada a Varig.

También sabíamos que en el trayecto, en su momento el Parlamento brasileño entregó buena parte de la operativa de Varig a Gol, libre de toda deuda. Ahí apareció un hecho que fue significativo.

Ese día nos enteramos de esto, aunque veníamos siguiendo el tema. Empezamos a trabajar a partir de ese momento. Por supuesto que la conectividad es el centro de nuestra preocupación. Ojalá esta Comisión y nosotros podamos trabajar juntos buscando la mejor solución para recuperar la conectividad. Desde nuestro

punto de vista, esta solo se recuperará sometiendo los aviones a subasta pública y transparente. Estos son los que pueden volver a recomponer la conectividad con Chile, Brasil, Paraguay y Argentina, y son fundamentales para Uruguay.

No tenemos la cifra de US$ 500 por un pasaje para el puente aéreo. Sí estuvimos en contacto personal con el señor Ministro de Turismo de Argentina. Lo llamamos esa misma noche, cuando comenzamos a tratar de resolver los problemas más acuciantes de las personas que habían quedado en los aeropuertos o tenían la necesidad imperiosa de salir ese día. El señor Ministro de Turismo de Argentina hizo una gestión interesante. Luego se plantea una decisión económica de Aerolíneas Argentinas: en la medida en que esa empresa llenara sus aviones, autorizarían los vuelos. Hasta el día de hoy, han ido autorizando a BQB un vuelo por día; creo que en algún momento se le autorizaron dos vuelos.

No hay violación del Tratado, señor Diputado Rodríguez Servetto, porque se trata de vuelos no regulares. Esa también fue una decisión de nuestro Poder Ejecutivo. Queriendo una subasta transparente y pública, no podíamos entregar los vuelos regulares a "piacere", a ninguna compañía, en esas horas difíciles. No me refiero solo a BQB, sino también a Sol, a LAN, a TAM, a Gol o a la que fuera. No podíamos ni debíamos. Como eran vuelos no regulares, requerían autorización una a una.

La conectividad se recompuso y no solo por aire: tuvimos 6.000 plazas de barco, es decir, 2.000 más diarias durante el fin de semana, que nos ayudó a recomponer la conectividad, especialmente, con Buenos Aires. Junto con el Director Liberoff y con otros funcionarios del Ministerio de Turismo y Deporte chequeamos la situación en los aeropuertos de la región. Honestamente digo que no tuvimos situaciones dramáticas en ningún aeropuerto: no había aglomeraciones, grandes escándalos ni problemas como uno ha visto muchas veces en los aeropuertos cuando una línea deja de actuar. Creo que eso se debió a que se actuó rápidamente, descomprimiendo algunas de las situaciones más complicadas.

Todavía no hemos evaluado las cifras, pero puedo decir con responsabilidad que no estamos en condiciones de invertir más de US$ 500.000 en esta operativa. No los hemos gastado ni de cerca, dando respuesta a estas situaciones que tienen que ver con las fechas acotadas.

El caso de la señora Encarnación, que compró pasajes para el mes agosto, no lo puedo responder. Tendrá que ir a concurso de acreedores como sucede cuando quiebra una sociedad anónima. Podrá resolver ese problema por su cuenta, podrá pagar o tendrá que reclamar en la lista de acreedores. No puedo dar una respuesta en ese caso ni estamos en condiciones de afrontarlo. El Ministerio de Turismo y Deporte no tiene potestades para responder.

Sí quiero decir -espero que nos acompañen- que el Ministerio de Turismo y Deporte ha hecho un esfuerzo por responder al usuario, que es el centro de nuestros desvelos. Hemos hecho un esfuerzo, sobre todo, tratándose de una línea aérea que tiene mucho de emocional para los uruguayos. Todos sabemos que no era una línea estatal, sino una sociedad anónima. Habrá que seguir todos los pasos que correspondan para saber exactamente qué sucedió.

Dejar de operar, en un momento muy particular, es un golpe duro. Lamentamos que nuestras vacaciones de julio coincidieran con las de Argentina. Comparto la inquietud con el señor Diputado Planchon. El entonces Ministro Lescano me había pedido personalmente que hiciera las gestiones respectivas. Estuve tres meses trabajando con el CODICEN. En ese sentido, también pedimos ayuda a la Comisión de Turismo, pues acabamos de enviar una carta al CODICEN para instalar una Comisión para que esto no nos vuelva a pasar, porque la coincidencia de nuestras vacaciones con las de Argentina implica menos trabajo para los uruguayos. Hemos dado los pasos que podíamos dar para responder de la mejor manera.

Lo que estamos haciendo con el "call center" es orientar. No estamos resolviendo todos los problemas, pero consideramos que era lícito, por lo menos, que orientáramos a la gente a efectos de que no estuviera sin saber adónde dirigirse. Orientamos a la gente a Defensa del Consumidor, a su agencia de viajes o a la cola de los acreedores que, además de los del Estado, seguramente se presentarán personas con pasajes comprados previamente.

Al respecto, el señor Senador Bordaberry manejó públicamente una cifra de US$ 70:000.000 por concepto de preventa de pasajes. Eso es disparatado, no tiene nada que ver con la realidad. Según lo que tenemos chequeado, no podemos hablar de más de US$ 7:000.000 de preventa de pasajes de PLUNA, pensando en

sesenta días. La mitad se compró a través de agencias y la otra mitad por la página web. Eso es todo lo que podemos decir hoy en día.

Tenemos que seguir trabajando para orientar a la gente. Se pueden imaginar que como Ministra de Turismo y Deporte soy firmante del proyecto que recibió el Parlamento en el día de ayer. Haremos todos los esfuerzos para que en la subasta haya oferente. Creemos en esas líneas. Los tres millones de turistas del Uruguay nos dicen que es lícito que se vuelva a confiar en la conectividad, tanto con Brasil como con Argentina. Es ahí donde vamos a poner los esfuerzos, tratando de ayudar. Ojalá se logre la mayor competitividad posible. Lo quiero decir claramente. Creo lo mejor para Uruguay sería que hubiera una gran competencia por estas líneas y que terminara haciéndose cargo alguien que realmente sepa del negocio. El mundo nos está diciendo que es muy difícil de gestionar y que se requiere mucha experticia.

SEÑOR VÁZQUEZ.- Por supuesto que el Ministerio de Turismo y Deporte no tiene ninguna responsabilidad por la caída de PLUNA. Sí me llama la atención las declaraciones que realizó el señor Ministro el 24 de junio sobre los US$ 3.500:000.000. Nuestro sector ha constatado que no son ciertos. Si dieron esas cifras escandalosas, creando una situación psicológica en la gente y en los pasajeros.

Creo que lo mejor será la creación de una Comisión Investigadora -es lo que propondremos en el Senado - para llegar al fondo de este tema. PLUNA tiene una larga historia de problemas, desde que se asoció con Varig e, inclusive, antes de ello. Para mí, sería un gran pesar que PLUNA dejara de volar definitivamente. Aunque sea asociada a otra línea, el anhelo es que siga volando.

Me parece bien lo que está haciendo ahora el Ministerio de Turismo y Deporte con quienes -se han visto afectado por los pasajes. Veremos el desenlace.

Desde ya adelanto que el proyecto que se ha presentado no me convence en algunas facetas. Estamos a la espera de que la Comisión que pretendemos constituir para indagar a fondo la situación creada se comparta y sea aprobada en el Senado.

Agradezco las expresiones de la señora Ministra en cuanto a la información para brindar a la persona que me hizo llegar la nota. Veremos cuándo vuelve a Uruguay.

SEÑOR PRESIDENTE.- La Cámara de Representantes ha sido citada para el día el viernes, a la hora 14, para dar entrada al proyecto de PLUNA. Por lo tanto, dejaré este asunto para discutir en ese ámbito.

Después de una lectura rápida del proyecto de ley, me sorprende gratamente que se trate de transformar algo que no es un aspecto material, con aparente valor económico como son las líneas, para dar las garantías de conectividad, ingeniando un procedimiento por el cual el negocio será tomar el paquete entero. Se pone sobre la mesa las líneas, que es algo intangible, permitiendo que en otro momento se puedan vender los aviones por un lado y dar las líneas gratuitamente por otro.

Quiero subrayar esto, a cuenta de la discusión que tendremos próximamente.

El señor Bañales, Presidente de AUDAVI, se comunicó conmigo el día sábado -él recibió la información el jueves de noche-, planteándome la posibilidad de ser recibido en el día de hoy. También me comentó sobre la disposición que tuvo el Ministerio de Turismo y Deporte, trabajando y resolviendo la situación sin gran angustia.

Quiero destacar que el turista, y el turismo, debe tener el mismo trato cuando cae una aseguradora o un banco: el sistema se agrupa para defender lo más importante, por ejemplo, la actividad. En este caso el Ministerio de Turismo y Deporte, de acuerdo con sus competencias, trató de defender las posibilidades del turista, que es nuestro objetivo de trabajo. Las agencias de viaje están en medio de una situación muy difícil. Hace un mes estaban con angustia por el seguro. Hoy nos damos cuenta de que contar con un seguro actualizado y modernizado es una garantía para el turista.

Más allá de la locura y la sorpresa que nos generó todo esto, me sentí satisfecho porque se dijo -no por parte de mi Gobierno, sino de actores privados- que habían recibido respuestas dignas, conociendo lo que

significaba resolver esto en veinticuatro horas.

Reitero que el señor Bañales nos solicitó una reunión con la Comisión para decirnos cómo vieron, viven y piensan en el futuro con relación a PLUNA.

SEÑORA MINISTRA DE TURISMO Y DEPORTE.- En primer lugar quiero agradecer a la Comisión por habernos recibido. Este es un ámbito muy jerarquizado para poder intercambiar opiniones.

Nos ponemos a las órdenes. Si los señores Diputados en este caso de la oposición, tienen alguna propuesta para recomponer la conectividad -me parece que en eso estamos todos de acuerdo-, y de qué forma salir de esta situación, estamos dispuestos a escuchar sus opiniones, y a trasladarlas a quien corresponda. Si nos ponemos de acuerdo con que la recuperación de la conectividad de Uruguay es el centro de preocupación, estaremos a las órdenes para escuchar las propuestas que puedan tener.

SEÑOR PRESIDENTE.- Seguiremos en contacto.

(Se retiran de Sala la señora Ministra de Turismo y Deporte, y asesores)

—— El Ministerio de Relaciones Exteriores informó que concurriría a la Comisión el 1º de agosto.

Solicito que me comuniquen si están de acuerdo con concurrir a Tacuarembó y Cerro Largo a fin de mes, tal como se planteó en la sesión pasada.

Se levanta la reunión.